

REVISTA PRISMA SOCIAL N° 37

EDUCACIÓN INCLUSIVA: UN MODELO SOSTENIBLE PARA LA SOCIEDAD DEL SIGLO XXI

2º TRIMESTRE, ABRIL 2022 | SECCIÓN ABIERTA | PP. 182-211

RECIBIDO: 29/10/2021 – ACEPTADO: 12/4/2022

ESTRATEGIAS PARA LA INCLUSIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD: EL CASO DEL OUSEBURN VALLEY (NEWCASTLE UPON TYNE, REINO UNIDO)

STRATEGIES FOR THE INCLUSION OF PEOPLE WITH DISABILITIES: THE CASE OF THE OUSEBURN VALLEY (NEWCASTLE UPON TYNE, UNITED KINGDOM)

JENNIFER GARCÍA CARRIZO / [JENNIFERGARCIACARRIZO@GMAIL.COM](mailto:jennifergarciacarrizo@gmail.com)

UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS, ESPAÑA

ESTA INVESTIGACIÓN ESTÁ VINCULADA AL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DEL PLAN NACIONAL I+D+i GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO 2018: «ARTE, ARQUITECTURA Y PATRIMONIO EN LOS PROCESOS DE CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN DE LOS NUEVOS ENCLAVES CULTURALES (DEL DISTRITO AL TERRITORIO)", REF. PGC2018-094351-B-C43, MINISTERIO DE CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES.



prisma
social
revista
de ciencias
sociales

RESUMEN

Esta investigación estudia las estrategias institucionales y/organizacionales para la inclusión laboral y social de las personas con discapacidad. Se analiza el caso de estudio del área del Ouseburn Valley (Newcastle Upon Tyne, Reino Unido) y de fundaciones y organizaciones que en él desarrollan su actividad, como la Ouseburn Farm y Chilli Studios.

La primera se encarga de promover estrategias de generación de empleo entre colectivos con discapacidades físicas. Para ello, desarrolla la totalidad de sus actividades a cargo de personas con discapacidad, facilitando su normalización en la población y, especialmente, entre públicos infantiles. Por otro lado, Chilli Studios fomenta la integración de personas afectadas por enfermedades mentales en el mundo del arte y las industrias creativas mediante el modelo «EPDA» («Engagement, Participation, Development y Achievement»), basado en la participación ciudadana.

Mediante estrategias metodológicas como la encuesta, el caso de estudio, la etnografía y la Teoría Fundamentada (Glaser y Strauss, 1967), se aplican técnicas de recolección de datos, realizándose 23 observaciones participantes en calidad de observador completo, 14 entrevistas en profundidad y 3 procesos de encuestación. Estas se han realizado en paralelo entre septiembre de 2016 y marzo de 2020 y se han integrado mediante la triangulación metodológica, garantizando la fiabilidad de los resultados.

PALABRAS CLAVE

Discapacidad; integración; comunicación; ciudad; industrias creativas; cultura.

ABSTRACT

This research studies the institutional and/or organizational strategies for the labour and social inclusion of people with disabilities. The case study of the Ouseburn Valley area (Newcastle Upon Tyne, United Kingdom) and of foundations and organizations that carry out their activity there, such as the Ouseburn Farm and Chilli Studios, are analyzed.

The first of these foundations is in charge of promoting employment generation strategies among groups with physical disabilities. To do this, all of its activities are developed with people with disabilities in charge of them, facilitating their normalization in the population and, especially, among children. On the other hand, Chilli Studios encourages the integration of people with mental diseases in the world of art and creative industries through the «EPDA» model («Engagement, Participation, Development and Achievement»), based on citizen participation.

Through methodological strategies such as the survey, the case study, ethnography and Grounded Theory (Glaser and Strauss, 1967), data collection techniques are applied, having made 23 participant observations as a full observer, 14 in-depth interviews and 3 survey processes. These have been carried out in parallel between September 2016 and March 2020 and have been integrated through methodological triangulation, guaranteeing the reliability of the results.

KEYWORDS

Disability; integration; communication; city; creative industries; culture.

1. INTRODUCCIÓN

En un contexto mundial en el que, según Naciones Unidas, dos tercios de la población mundial vivirá en ciudades en el 2050 (Tena, 2018) y en el que se generan cada vez más desafíos relacionados con la desigualdad, el transporte, la salud y el medioambiente, las industrias creativas y culturales han acaparado progresivamente más interés, tanto a nivel político, como académico (Gross, 2020). De hecho, especialmente durante los últimos veinte años, se ha depositado gran confianza en dichas industrias sobre el futuro de la economía digital; pues se entiende que, entre otras cosas, son un estímulo para la regeneración urbana, parte de la solución para las disparidades en el desarrollo local y regional, una forma de abordar la desigualdad de ingresos y un catalizador para abordar la exclusión y marginación (Chapain y Comunian, 2010).

Partiendo de esta idea, esta investigación analiza las estrategias organizacionales para la inclusión laboral y social de las personas con discapacidad que se dan en los distritos culturales y creativos¹, entendiendo a estos como espacios donde las industrias creativas y las culturales tienen un marcado protagonismo.

Así, el objeto de estudio de esta investigación son los distritos culturales y creativos, lugares de alto nivel cultural y artístico en los que un conjunto de industrias creativas² y actores culturales deciden utilizar algunos de los recursos compartidos con objeto de desarrollar un proyecto común (Lazzeretti, 2008).

Dichos espacios son áreas dentro de la ciudad que incentivan y promueven la cultura, la creatividad y el cuidado de los espacios públicos, los cuales se echan mucho en falta cuando no existen (Sánchez de Madariaga y Ezquiaga, 2019), pues son fundamentales para la creación de la ciudadanía, la convivencia, la igualdad, la cohesión y la integración social. Partiendo de esta aproximación, se pretenden estudiar las estrategias institucionales y/u organizacionales desarrolladas por los actores catalizadores de estos distritos (industrias creativas y actores culturales) que pretendan promover la integración de personas con discapacidad.

De un modo específico, esta investigación tiene como objetivo principal analizar las estrategias organizacionales para la inclusión laboral y social de las personas con discapacidad que se dan en los distritos culturales y creativos a través de las industrias creativas y culturales que en ellos desarrollan su actividad.

Para ello, se define un conjunto de objetivos específicos, cuya consecución favorecerá la del principal:

1. Estudiar la importancia de los distritos culturales y creativos como espacios donde tienen lugar procesos de regeneración urbana mediante las industrias creativas y culturales.

¹ Esta investigación rechaza la diferenciación que algunos autores hacen entre distritos culturales y distritos creativos y parte de que, más allá de la nomenclatura, lo interesante de estos espacios es que todos ellos entienden que la cultura, la creatividad y la ciudadanía son clave para el desarrollo sostenible (García Carrizo, 2020).

² Las industrias creativas hacen referencia a aquellos agentes encargados de la producción de bienes culturales y/o creativos; tales como el cine, la radio o la televisión, el diseño web, textil o gráfico, la moda, la publicidad, la fotografía e incluso la arquitectura (Zarlenga *et al.*, 2016).

2. Identificar ejemplos de industrias culturales y/o creativas que desarrollen estrategias de inclusión laboral y social dentro de estos distritos.
3. Examinar, a partir de casos de estudio identificados previamente, estrategias de negocio y/o prácticas organizacionales que impliquen pautas para la inclusión de personas con discapacidades físicas y/o mentales.

Como resultado se presentan estrategias novedosas que fomentan la inserción laboral y social de personas con discapacidades, las cuales podrán ser de aplicación por otras industrias creativas y/o actores culturales. Además, esta investigación aporta un nuevo enfoque más allá del tradicional, enfocado principalmente en los efectos culturales y económicos de las industrias creativas. Así, se focaliza en otros de los muchos efectos positivos que dichas industrias tienen, como la cohesión social y la inclusión de poblaciones vulnerables (Aumente, 2016); (Banks y O'Connor, 2017); (Cavallini *et al.*, 2018); (Moreton, 2018).

2. DISEÑO Y MÉTODO

Esta investigación tiene como objeto de estudio los distritos culturales y creativos y los actores que en ellos desarrollan su actividad (industrias creativas y/o actores culturales). Se entiende que estos distritos son lugares de alto nivel cultural y artístico en los que

un conjunto de actores económicos, no económicos e institucionales [vinculados a las industrias culturales y creativas] deciden utilizar algunos de los recursos idiosincrásicos compartidos (artísticos, culturales, sociales, medioambientales), con objeto de desarrollar un proyecto común, que es simultáneamente un proyecto económico y un proyecto de vida (Lazzeretti, 2008, p. 328).

Se pone el foco en la capacidad de integración social que las industrias creativas y los actores culturales tienen. En Europa y América del Norte, donde las industrias creativas y culturales están más desarrolladas e integradas, los organismos institucionales se encuentran actualmente reorientando los esquemas de financiación de las mismas, poniendo en valor su importancia en niveles que van más allá del económico, como el nivel cultural, social, educativo, etc. (Banks y O'Connor, 2017); (Moreton, 2018). Todo ello ha ocurrido después de que en los últimos años surgieran diferentes discursos a nivel académico que criticaban las políticas intervencionistas y profundamente económicas que estaban teniendo lugar en torno a dichas industrias. Concretamente, estos discursos minusvaloraban el valor cultural y social de las mencionadas industrias (Kong, 2005); (Comunian, 2009); (Walmsley, 2013); (Dent, 2019), midiendo su éxito en base a su riqueza, prestigio o cuotas de mercado (Mold, 2015), en lugar de considerar el valor social, cultural y ciudadano que pueden llegar a aportar.

Metodológicamente, este trabajo de investigación se plantea ontológica y epistemológicamente a lo largo del espectro de diferentes filosofías de investigación, como el positivismo, el realismo, el interpretativismo y el pragmatismo, combinándose todas ellas y no circunscribiéndose a una en exclusiva. Se adoptan estrategias de investigación positivistas y más cercanas a elecciones metodológicas cuantitativas, como las encuestas, y estrategias interpretativistas enmarcadas dentro de las metodologías cualitativas, como son los casos de estudio y la Teoría Fundamentada en Datos («Grounded Theory», Glaser y Strauss, 1967).

Se combinan constantemente métodos deductivos e inductivos debido a que parte de la investigación, especialmente la referida a los distritos culturales y creativos y sus vertientes sociales y regeneradoras, parte de conocimientos teóricos, obtenidos mediante la literatura académica consultada. Se realiza así un diseño en el que se utiliza una aproximación deductiva y con la que se pretende testear la teoría ya existente en torno a la capacidad integradora de los distritos y, en su caso, completarla (Saunders *et al.*, 2012). Igualmente, se usan métodos inductivos, analizando casos particulares de los que se extrae conocimiento aplicable en otras situaciones, como es el caso de los resultados obtenidos mediante el caso de estudio analizado.

En cuanto a la elección metodológica, se combinan estrategias de investigaciones cualitativas, más propias del interpretativismo, tales como la Teoría Fundamentada; y estrategias cuantitativas, vinculadas principalmente al positivismo, como es el caso de la encuesta³. Igualmente, se consideran estrategias cuya naturaleza es tanto cualitativa como cuantitativa, como es el caso de estudio (Saunders *et al.*, 2012).

En lo relativo al horizonte temporal, esta investigación es fundamentalmente transversal; gran parte de la recolección de datos ha tenido lugar en el periodo comprendido entre agosto de 2017 y marzo de 2020. Sin embargo, también se contemplan aspectos a nivel longitudinal, incorporando el estudio de elementos como el análisis de la historia de los espacios analizados y sus diferentes programas de actuación, los cuales poseen una naturaleza más longitudinal que transversal, pues se analiza la evolución a lo largo del tiempo.

La recolección de datos se ha realizado a través de diferentes estrategias de investigación como las encuestas, el análisis de un caso de estudio, la etnografía y la Teoría Fundamentada («Grounded Theory Methodology», Glaser y Strauss, 1967). Por lo general, la Teoría Fundamentada se utiliza para desarrollar explicaciones teóricas de interacciones sociales y procesos en diferentes contextos. Es, además, una estrategia de investigación que se mueve entre la inducción y la deducción (Strauss y Corbin, 1998); (Suddaby, 2006), ya que en el proceso de investigación, la recogida de datos, su análisis y la reorganización de los mismos en bloques conceptuales se da de forma simultánea (Saunders *et al.*, 2012), siendo ello pertinente para esta investigación.

La combinación de estas estrategias de investigación ha facilitado la triangulación metodológica de diferentes técnicas de recolección de datos para obtener resultados más fiables (Webb *et al.*, 1966); (Yin, 2003); (Saunders *et al.*, 2012). Algo realmente necesario en investigaciones con metodologías exploratorias, como esta, que buscan comprender los mecanismos de gestión e inclusión de las industrias culturales y creativas.

3. TRABAJO DE CAMPO Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

En lo relativo al trabajo de campo y a las técnicas de análisis de datos empleadas, se ha optado por utilizar aproximaciones inductivas. El procedimiento de investigación ha comenzado por recolectar una serie de datos y proceder a su posterior exploración para determinar cuáles son

³ Las encuestas, cuando se central en recolectar opiniones, como ocurre parcialmente en las encuestas desarrolladas en esta investigación, a pesar de ser un método cuantitativo, recogen números que son científicamente considerados como «números cualitativos». Dichos números, han de ser interpretados desde una filosofía de investigación interpretativista (Saunders *et al.*, 2012, p. 162).

los bloques conceptuales en los que se organizan los datos obtenidos. Para ello, se ha seguido la Teoría Fundamentada de Glaser y Strauss (1967), la cual se basa en la recogida de una determinada cantidad de datos que se analizan, se examinan y se comprenden para proceder a determinar una serie de bloques conceptuales de interés para el proceso de investigación. Una vez determinadas estas áreas de interés, se procede de nuevo a la recolección de datos, definiéndose cada vez de forma más concreta y detallada las mencionados bloques (Saunders *et al.*, 2012). Así, el proceso de investigación es cíclico, y, a pesar de que se ha tenido en cuenta una base teórica como punto de partida y se ha comenzado el estudio con un marco teórico definido, este se ha ido ampliando en base a las necesidades de la investigación. A medida que se han ido recogiendo y analizando datos, se han ido definiendo interrelaciones entre ellos y desarrollando diferentes y nuevas preguntas de investigación para las que se ha buscado una respuesta: «la investigación ha comenzado, [pues], con una pregunta de investigación y unos objetivos claramente definidos, incluso cuando estos pueden ser alterados por la naturaleza de los datos recogidos» (Saunders *et al.*, 2012, p. 567).

Teniendo como base del proceso de investigación la Teoría Fundamentada en Datos, que es tanto una estrategia de investigación como un método de análisis de datos (Punch, 1999), se han aplicado diferentes técnicas de recolección de datos: observación participante, entrevistas en profundidad y cuestionarios. No obstante, antes de comenzar con la aplicación de las primeras técnicas de recolección de datos, se ha determinado el caso de estudio a analizar en función de los objetivos de esta investigación. Por ello, después de un elaborado análisis de fuentes primarias y de la realización de un corpus teórico, considerando el gran desarrollo de las industrias culturales y creativas en el Reino Unido, se ha seleccionado como caso de estudio el distrito del Ouseburn Valley (situado en Newcastle Upon Tyne), que tiene gran interés por su independencia económica y cultural de Londres (Holyoak, 2009).

Las diferentes técnicas de recolección de datos empleadas en el análisis de este caso de estudio, tal como la observación participante (con carácter de observador completo), las entrevistas en profundidad y diferentes cuestionarios, pueden verse en la Tabla 1.

3.1. OBSERVACIÓN PARTICIPANTE

La observación participante desarrollada se realizó con carácter de observador completo entre agosto de 2017 y marzo de 2020.

Como puede apreciarse en la Tabla 1, a lo largo del proceso de recolección de datos, se han dado diferentes periodos de observación en distintos días de la semana, incluyendo días laborales, festivos y fines de semana. Igualmente, se han implementado observaciones de duración y horarios variables, incluyendo tanto las primeras horas del día, como las centrales y las últimas. Todo ello con el fin de precisar la existencia, o no, de diferencias significativas en las actividades, públicos y procesos, que tienen lugar en el Ouseburn en función del día de la semana y los horarios. La selección de los horarios y periodos de observación se llevó a cabo de forma aleatoria, evitando aquellos días que tienen un carácter excepcional en las actividades que acontecen en los distritos, pues se ha entendido que estos días no muestran la «normalidad» de estos espacios. Es el caso de los grandes festivales o encuentros que, de forma anual o incluso bianual, se celebran en ellos a modo de eventos dinamizadores.

Tabla 1. Diagrama cronológico de las técnicas de recolección de datos aplicadas paralelamente. Recoge las observaciones participantes (O.P.), las entrevistas en profundidad (E.P.) y los cuestionarios (columna derecha) realizados en torno al Ouseburn Valley (Newcastle). Detalla además los días de la semana y los horarios en los que se registraron las observaciones participantes (con carácter de observador completo) y los datos y el cargo que ostentan los entrevistados

Fecha	Técnica	Otros datos relevantes	
16/08/2017	O.P.	Observador completo (X - 10-18 h.)	
17/08/2017	O.P.	Observador completo (J - 10-12 h.)	
24/08/2017	E.P.	A. Rothwell - Rpre. Ayto. Newcastle - Área de Cultura y Turismo	
10/09/2017	O.P.	Observador completo (D - 12-14 h.)	
20/09/2017	E.P.	D. Ellis - Rpre. Ouseburn Farm	
20/09/2017	E.P.	L. White - Rpre. Hoult Yards	
20/09/2017	E.P.	R. Glover - Rpre. Toffee Factory	
20/09/2017	O.P.	Observador completo (X - 9-14 h.)	
02/10/2017	O.P.	Observador completo (L - 9-12 h.)	
09/10/2017	E.P.	J.E. Davis - Rpre. Ouseburn Futures	
09/10/2017	O.P.	Observador completo (L - 12-14 h.)	
11/10/2017	E.P.	L. Turner - Rpre. Ouseburn Trust	
11/10/2017	E.P.	M. Mould - Fundador de 36 Lime Street	
11/10/2017	E.P.	V. Sanderson - Rpre. Seven Stories	
11/10/2017	O.P.	Observador completo (X - 10-18 h.)	
12/10/2017	O.P.	Observador completo (J - 13-17 h.)	
15/02/2018	E.P.	C. Barnard - Rpre. Ouseburn Trust	
15/02/2018	O.P.	Observador completo (J - 13-17 h.)	
04/09/2018	O.P.	Observador completo (M - 18-19 h.)	
05/09/2018	O.P.	Observador completo (X - 9-14 h.)	
06/09/2018	O.P.	Observador completo (J - 11-14 h.)	
18/09/2018	E.P.	B. Malpiedi - Rpre. Chilli Studios	
18/09/2018	O.P.	Observador completo (M - 15-16 h.)	
19/09/2018	O.P.	Observador completo (X - 11-14 h.)	
19/09/2018	E.P.	C. Barnard - Rpre. Ouseburn Trust	
20/09/2018	E.P.	R. Brown - Rpre. Biscuit Factory	
20/09/2018	O.P.	Observador completo (J - 11-14 h.)	
02/10/2018	O.P.	Observador completo (M - 11-17 h.)	
02/10/2018	E.P.	D. Ellis - Rpre. Ouseburn Farm	
16/10/2018	O.P.	Observador completo (M - 12-13 h.)	
17/10/2018	E.P.	C. Male - Ouseburn Farm	
17/10/2018	E.P.	J. Coburn - Rpre. Seven Stories	
17/10/2018	O.P.	Observador completo (J - 13-23 h.)	
Marzo - Abril 2019. Ouseburn Valley (Newcastle Upon Tyne) Cuestionarios / Usuarios			
14/07/2019	O.P.	Observador completo (D - 15-18 h.)	
19/09/2019	O.P.	Observador completo (J - 10 - 18 h.)	
01/03/2020	O.P.	Observador completo (D - 9-16 h.)	
03/04/2020	E.P.	C. Barnard - Rpre. Ouseburn Trust	

Septiembre - Diciembre 2018
Ouseburn Valley (Newcastle Upon Tyne)
Cuestionario / Locales y Turistas

Fuente: elaboración propia

Estos procesos de observación se han utilizado en primer lugar para favorecer la familiarización con el distrito y sus actores y para, posteriormente, ahondar en su actividad diaria. Además, se participó en parte de las actividades abiertas al público que los distritos ofrecen, como visitas guiadas, obras de teatro y musicales, visitas culturales, festivales, conciertos, mercados

de comida callejera y otros encuentros creativos, visitándose además los espacios catalizadores más relevantes del distrito. En todos estos momentos, a pesar de participar de la actividad desarrollada en los distritos, la identidad y los objetivos de la investigación permanecieron ocultos de forma que la finalidad de estas participaciones y la existencia de esta investigación no fue revelada, por lo que la observación participante se desarrolló con una naturaleza de observador completo.

3.2. ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

Aparte de los periodos de observación participante, se han realizado diferentes entrevistas en profundidad (Tabla 1). Aunque en estas entrevistas, por su carácter no estructurado, no ha existido una lista predeterminada de preguntas, sí que se ha tenido en mente en todo momento el objetivo y los aspectos que se desean explorar a través de ellas, siendo dichas entrevistas muy útiles en estudios exploratorios. Además, son muy utilizadas en investigaciones cualitativas que hacen uso de estrategias de investigación como los casos de estudio o la Teoría Fundamentada, tal y como es el caso de esta investigación.

Las entrevistas en profundidad han sido realizadas entre agosto de 2017 y abril de 2020 de forma presencial⁴ y se han utilizado para explorar en profundidad determinadas áreas de interés general, como la regeneración urbana en el Reino Unido, la importancia de las industrias creativas y culturales y el papel de los festivales y los eventos en la cohesión e integración social. Igualmente, mediante ellas se ha pretendido obtener datos específicos e información relevante, así como aclarar o profundizar en determinados datos obtenidos durante las observaciones y la investigación realizada a partir de fuentes primarias y secundarias. Para ello, se ha recurrido a entrevistar a académicos de prestigio en el campo y a expertos profesionales en el sector de las industrias creativas y culturales (véase Tabla 1).

A pesar de no existir un guión estructurado de preguntas y que estas han sido abiertas y diversas, todas ellas se relacionan con el qué, el cómo y el porqué de amplios procesos integradores, creativos y culturales observados dentro de los correspondientes distritos y, aunque en algunas ocasiones se han realizado preguntas concretas sobre determinados aspectos, siempre ha sido con un carácter exploratorio. No obstante, para la realización de las mismas, se ha seguido el esquema de preguntas desarrollado por Charmaz y Belgrave (2014) para la realización de entrevistas en profundidad dentro de la Teoría Fundamentada. Así, se han estructurado en preguntas iniciales (preguntas generales sobre el área enfocadas a romper el hielo); preguntas intermedias (que pretenden ahondar en las cuestiones clave de la investigación) y preguntas finales (preguntas a modo de cierre que incorporan aspectos de relevancia para el entrevistado que el investigador ha podido obviar/desconoce).

Las entrevistas han tenido una duración variada que, de media, se sitúa en los 45 minutos de duración pero que, en algunos casos, se extendió hasta la hora y media o dos horas, como es el caso de las entrevistas realizadas con M. Mould, C. Male y C. Barnard.

⁴ Con la excepción de las entrevistas realizadas a Victoria Sanderson el 11/10/2017 (representante de Seven Stories Library, Newcastle) y a Chris Barnard el 3/4/2020 (representante del Ouseburn Trust, Newcastle), que se realizaron mediante correo electrónico y, por lo tanto, fueron entrevistas estructuradas.

Los datos y la diferente información recopilada a través de estas entrevistas han sido incorporados a los resultados de la presente investigación, sirviendo para contrastar ideas observadas o indicadas por otros datos recolectados. Además, a partir de los datos obtenidos en estas entrevistas en profundidad se han diseñado los diferentes cuestionarios aplicados.

3.3. CUESTIONARIOS

La tercera técnica de recolección de datos empleada ha sido el uso de cuestionarios, los cuales han servido para determinar la relevancia del distrito analizado en la sociedad y de sus actores, así como para establecer los efectos que las diferentes poblaciones estudiadas consideran que los distritos culturales y creativos tienen en la sociedad. En total se han realizado tres procesos de encuestación en los que se han utilizado dos cuestionarios diferentes. El primero de ellos se ha dirigido a turistas y locales de Newcastle Upon Tyne y, el segundo, a los usuarios del Ouseburn Valley.

El primero de los cuestionarios tiene como objetivo determinar la notoriedad de los distritos y sus industrias entre turistas y locales, de ahí que se llevaran a cabo dos procesos de encuestación diferentes, uno entre turistas y otro entre locales. Este cuestionario ha sido elaborado a partir de los primeros datos obtenidos de las primeras entrevistas y observaciones realizadas y, sobre todo, a partir del corpus teórico analizado para la realización de la presente investigación. En él se combinan un total de 16 preguntas, algunas de ellas abiertas y otras cerradas, y está compuesto de cinco bloques, en los cuales se pretenden analizar: 1) las características sociodemográficas de la muestra, 2) el grado de conocimiento del concepto de los distritos y las industrias culturales y creativas en la ciudad de Newcastle Upon Tyne, 3) el grado de conocimiento de diferentes instituciones, empresas u organizaciones en el distrito por parte de los encuestados; 4) la motivación para acudir, conocer, usar y visitar el espacio con regularidad y 5) otras opiniones, variables, valores y características –como la capacidad de integración de personas con discapacidad– vinculadas a estos espacios.

El proceso de encuestación se ha realizado entre septiembre y diciembre de 2018 entre los habitantes y los turistas de Newcastle Upon Tyne de forma presencial en el centro de la ciudad (en concreto en Eldon Square, Grey's Monument, Northumberland Street y Newgate Street). En total, han sido 62 encuestas las realizadas entre turistas y 60 entre locales. Todos estos periodos de encuestación han tenido lugar de forma presencial y personal, obteniéndose la información mediante un encuentro directo con el entrevistado, lo que permite una gran «flexibilidad y capacidad del entrevistador para contactar y motivar a los entrevistados de modo que la tasa de respuesta pueda ser máxima» (Alvira Martin, 2004, p. 44).

Además, se ha realizado un tercer proceso de encuestación para el que se ha utilizado un segundo cuestionario, que aunque tiene una estructura similar al primero y muchos de los bloques son comunes, se centra más en comprender los motivos que atraen a los usuarios actuales del distrito cultural y creativo en cuestión y en cómo hacen uso de él y se aproximan, o no, a su identidad visual corporativa, a su naturaleza como espacio cultural y creativo, a la información existente sobre el mismo, a su capacidad para generar integración y cohesión social, etc. Después de los procesos de encuestación antes descritos y de haberse realizado más observaciones participantes y nuevas entrevistas en profundidad, los datos empezaron a determinar que lo

interesante, más allá de la notoriedad del distrito entre los habitantes y visitantes de las ciudades, era comprender las motivaciones de sus usuarios para formar parte de él. Para ello, se han combinado un total de 17 preguntas, algunas de ellas abiertas y otras cerradas, las cuales se han distribuido en cinco bloques, en los cuales se pretenden analizar: 1) las características sociodemográficas del distrito, 2) las opiniones, variables, valores y características vinculadas al mismo, 3) el grado de conocimiento de la naturaleza de los distritos culturales y creativos como tal entre sus usuarios, 4) el grado de conocimiento y de uso de las diferentes instituciones, empresas, organizaciones y actores del espacio y 5) la motivación para acudir, conocer y visitar el distrito con regularidad y modo de uso del mismo.

Este proceso de encuestación se ha desarrollado entre marzo y abril de 2019 de forma telemática y se han obtenido 86 respuestas entre los usuarios del Ouseburn Valley. El cuestionario ha sido elaborado mediante Google Forms y distribuido del 1 de marzo al 30 de abril de 2020 de forma «online» a través de «e-mailing» y Redes Sociales como Google +, Facebook, Twitter e Instagram. Para ello, se ha procedido a la identificación de los distintos trabajadores en el área gracias a los directorios web disponibles en las páginas corporativas de cada actor cultural, creativo, educativo, etc. y se ha contactado con ellos. Además, en lo referente a las redes sociales, se distribuyó el cuestionario haciendo uso de varios grupos específicos de interés existentes sobre el espacio en cuestión y a través de las cuentas corporativas de los actores en los distritos, que facilitaron la distribución del cuestionario en sus perfiles.

Se ha recurrido a esta forma de envío de las encuestas por el escaso coste, la versatilidad y la rapidez, y a pesar de las desventajas que pueda tener realizar una encuesta en línea, «sí que tiene sentido para poblaciones específicas (...) con acceso a internet» (Alvira Martín, 2004, p. 51), como es el caso de los usuarios de este tipo de espacios, gran parte de ellos vinculados a las industrias creativas y culturales. Además, el hecho de realizar la encuesta en la red y no de forma presencial ha permitido ofrecer a sus participantes una garantía de anonimato, que ayuda a los entrevistados a expresarse de forma más sincera (Kreuter *et al.*, 2008), lo cual es importante, sobre todo teniendo en cuenta que, por el pequeño tamaño de los espacios estudiados, «todos se conocen entre sí» y poder dar una respuesta anónima es altamente valorado para poder criticar, positiva o negativamente, los diferentes espacios y actores del distrito sin miedo a represalias.

En lo referente al análisis y tratamiento de los datos obtenidos, este se llevó a cabo siguiendo el método vinculado a la Teoría Fundamentada en Datos (Glaser y Strauss, 1967) anteriormente descrito.

4. RESULTADOS

4.1. EL OUSEBURN VALLEY Y SU PROCESO DE REGENERACIÓN URBANA MEDIANTE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS Y CULTURALES

El distrito del Ouseburn Valley se encuentra ubicado en Newcastle Upon Tyne, una ciudad relativamente pequeña situada en el noroeste de Inglaterra y con alrededor de un cuarto de millón de habitantes. Al haber sido una de las primeras ciudades del mundo en experimentar la crisis de la ciudad industrial con el declive del uso del carbón, cuenta con más de 70 años

de experiencia en el campo de las políticas de regeneración urbana mediante la cultura y las industrias creativas (Bailey *et al.*, 2004); (Dawley *et al.*, 2005), todas ellas bien valoradas por los/as ciudadanos/as de Newcastle (Miles, 2005). La ampliación de la oferta cultural y de las industrias creativas y el fácil acceso a las iniciativas ofrece «nuevas formas de aprendizaje para la comunidad, estructurando mecanismos de participación, crecimiento identitario y sentido de pertenencia a un territorio» (Ferilli y Sacco, 2012, p. 73).

A partir del año 2000, la Agencia de Desarrollo Regional (RDA), las autoridades locales y otras agencias de apoyo comenzaron a analizar el impacto potencial de las industrias creativas en la economía local y regional. Bajo el concepto de "barrio cultural" (Jayne, 2006), se identificaron cinco zonas clave en Newcastle: Grainger Town, Haymarket, Chinatown, Jesmond y el Quayside (Comunian, 2011). La idea de «barrio cultural» se basó principalmente en espacios donde grandes instituciones culturales estaban presentes y facilitaban el acceso a la cultura, a espacios de restauración y a otros espacios comerciales (L. Turner, comunicación personal, 11 de octubre de 2017), y, pese a que en esta clasificación no se hace referencia específica al Ouseburn Valley, este se comprendía como una zona dentro del Quayside (Riener, 2006).

La regeneración del Valle del Ouseburn fue una de las primeras de la ciudad, comenzando las mejoras de las infraestructuras del barrio a partir de los años 70 y asentándose durante la década de los 90, cuando una serie de grandes edificios se reconvirtieron en unidades más pequeñas que pretendían atraer microempresas vinculadas a las artes y artesanías, la música, y los sectores de las nuevas tecnologías de la comunicación y los medios de comunicación; en definitiva, a las industrias creativas (Riener, 2006). La remodelación del área estaba inicialmente incluida como un objetivo del *Plan de Desarrollo Unitario de Newcastle*, en el que se adoptaba un proyecto de desarrollo de usos mixtos (oficinas, espacios industriales, de ocio y residenciales) para espacios que eran propiedad del Ayuntamiento, del Ouseburn Trust, de empresas promotoras y constructoras y/o de propietarios/as y dueños/as de pequeños comercios privados. Por ello, en los planes iniciales de desarrollo del área se contemplaba la idea de que «todo era para todos/as» (Riener, 2006, p. 9) y se pretendía diseñar una zona en la que actividades y ofertas de ocio retuvieran a los públicos ya existentes y atrajeran a otros nuevos, como interesados en la música en vivo (especialmente la música rock 'alternativa'), músicos/as tradicionales, bailarines/as y sus respectivas audiencias, jóvenes y familias con bajo poder adquisitivo, consumidores/as y aficionados/as a los pubs, interesados/as en las artes visuales, aficionados/as y profesionales interesados/as por la historia industrial y social del área, senderistas y ciclistas preocupados el medioambiente, alumnado y profesorado de escuelas primarias locales y aquellas asociaciones interesadas en la memoria histórica local (Riener, 2006).

Posteriormente, el Ayuntamiento de Newcastle, presentó en 2003 un programa de regeneración específico para la zona baja del Valle del Ouseburn (*Strategy for the Lower Ouseburn Valley*). Esta estrategia estaba supervisada por el Comité Asesor del Ouseburn (Ouseburn Advisory Committee), convertido en subcomité del Ayuntamiento para la organización del área. Estaba conformado por un equipo de funcionarios/as del Ayuntamiento y tenía sede en el Valle, donde trabajaba con voluntarios/as de la zona, pretendiendo así involucrar a la comunidad local en el programa y garantizar que el Ouseburn Valley se convirtiera en un lugar único donde «vivir, trabajar y jugar» (Riener, 2006, p. 7) gracias a:

La creación de un espacio sostenible que satisfaga las necesidades económicas y sociales de las comunidades existentes y futuras, que fomente una combinación equilibrada de usos del suelo (usos residenciales, comerciales, de ocio, artísticos y culturales), y que promueva la diversidad mediante el desarrollo de espacios a pequeña escala (Newcastle City Council, 2003, p. 13).

Para ello, se proponía una estrategia centrada en (Newcastle City Council, 2003, p. 17-44):

1. El fomento de nuevos espacios residenciales mediante diferentes variedades y tamaños de vivienda, lo que permite atraer diferentes tipos de residentes y garantizar la diversidad del Valle.
2. La promoción de nuevos usos comerciales en el área de regeneración mediante el trabajo con las empresas existentes, ayudando a su desarrollo junto con el de agrupaciones empresariales dentro de los sectores estratégicos de la tecnología digital, las industrias creativas y la cultura turística.
3. La búsqueda de nuevos usos para los espacios y edificios abandonados, vacíos o subutilizados, protegiendo a la vez el patrimonio y el carácter del área y fomentando su accesibilidad, eficiencia y sostenibilidad.
4. La mejora del hábitat silvestre y de la calidad ambiental de Río Ouseburn y del área en general.
5. El desarrollo de una estrategia sostenible de accesibilidad al Valle, facilitando rutas ciclistas y peatonales y espacios de estacionamiento.
6. El apoyo de la independencia de las organizaciones comunitarias y voluntarias existentes en el Valle, asegurando su participación en sus procesos de regeneración.

Esta estrategia se vio redefinida y concretada a largo plazo en 2012 por el *Ouseburn Regeneration Plan 2012-2020* (Newcastle City Council y Ouseburn Futures, 2012), un Plan de Regeneración específico realizado para el área por el Ayuntamiento y el Ouseburn Futures, un grupo de presión ciudadana de usuarios localizados en el Valle (J.E. Davis, comunicación personal, 9 de octubre de 2017). Este documento, se enmarcó dentro de la estrategia de regeneración urbana de la ciudad, *Planning for the Future. Core Strategy and Urban Core Plan for Gateshead and Newcastle Upon Tyne. 2010-2030*, desarrollada por el Ayuntamiento (Newcastle City Council, 2010), y dio continuidad a la idea de posicionar el Ouseburn como un lugar donde vivir, trabajar y desarrollar actividades de ocio («live, work, play») (Newcastle City Council y Ouseburn Futures, 2012, p. 12):

- Vivir. La idea fundamental de la estrategia desarrollada para el Ouseburn se centraba en el desarrollo de más de 350 viviendas para su venta y alquiler a lo largo del Valle.
- Trabajar. El plan proponía destinar parte de la financiación disponible a la creación de empleos y el apoyo de empresas.
- Jugar. Mientras en los planes iniciales de regeneración de la zona en 2003 las atracciones consistían en el Cluny Bar, la Ouseburn Farm y otros 5 pubs, el plan de 2012 especifica que, después de un gran esfuerzo en los últimos 5 años, existen ahora «más

de 20 atracciones para los visitantes, las cuales atraen al Ouseburn a unos 400,000 visitantes anuales» (Newcastle City Council y Ouseburn Futures, 2012, p. 12).

Con estas tres estrategias como eje vertebrador, y partiendo de la estrategia central de regeneración de la ciudad, el plan estableció una serie de prioridades principales para el desarrollo del área (Newcastle City Council y Ouseburn Futures, 2012, p. 19-23), entre los que destacan:

- Establecer una combinación sostenible de usos mixtos en cada zona del Valle, promoviendo «un área vibrante y distintiva» (Newcastle City Council, 2010, p. 186) en la que se promuevan industrias de pequeña y mediana escala a nivel cultural, creativo y artístico para mantener el carácter de grano fino («fine-grained»⁵) del área.
- Incrementar el número de viviendas, negocios, trabajos y visitantes en el área y, en concreto, duplicar el número de empresas y empleos en el Valle en el 2020.
- Atraer a más niños/as y jóvenes de las áreas circundantes al Valle, contribuyendo a la mejora del nivel educativo y reduciendo las desigualdades existentes.
- Alentar y apoyar los programas de voluntariado en el Valle del Ouseburn, trabajando en asociación con ellos y con los habitantes del Valle para abordar los problemas de seguridad de la comunidad de forma coordinada.

Se pretende así «crear un ambiente atractivo y estimulante que atraiga visitantes, residentes, empleos e inversiones al Valle» (M. Mould, comunicación personal, 11 de octubre de 2017), una idea que se mantiene actualmente. Sin embargo, en los últimos años el ritmo de desarrollo del Valle se ha acelerado y, aunque se mantiene la visión del área como un espacio de usos mixtos, han aparecido intereses que van más allá de regenerar el lugar y sus espacios. Después de una «inversión de aproximadamente 67 millones de libras y más de cincuenta subproyectos de regeneración emprendidos en el área desde 2003» (Whiting, 2013, p. 14), el próximo plan estratégico para el Ouseburn entre 2020 y 2030 se centra más en la preservación de los logros conseguidos que en nuevos desarrollos urbanísticos (Ouseburn Trust, 2021).

Para ello, el Ouseburn Trust, la organización no gubernamental y sin ánimo de lucro designada para gestionar el área y aunar los intereses de sus usuarios/as con los de la ciudad en general, trabaja en definir una nueva estrategia que represente los puntos de vista de todos los grupos de interés del Ouseburn Valley y ha establecido 8 líneas de interés (Ouseburn Trust, 2020), de las cuales, considerando los objetivos de esta investigación, destacan cuatro:

1. Entorno construido y carácter físico del Ouseburn. El uso y la reutilización de edificios y espacios es clave para el éxito del área, por ello, se pretenden preservar y expandir sus usos mixtos (industrias creativas, espacios culturales, etc.) y la idea de posicionar el espacio como un lugar para vivir, trabajar y jugar.
2. Vivienda. Se pretende trabajar con empresas constructoras y promotoras de las mismas para evitar el cierre y desplazamiento de espacios musicales y de ocio, como los pubs característicos del área.

⁵ La granularidad urbanística hace referencia al modo en que se dividen las propiedades en una ciudad; al tamaño de los lotes en que se dividen las «manzanas» de la ciudad. Se utiliza para hablar de parcelación (propiedad urbana) que puede ser más compacta (grano grueso o «coarse-grained») o estar más fragmentada en pequeñas propiedades (grano fino o «fine-grained») (Price, 2017).

3. Negocios. El Valle es el mayor foco de industrias creativas y culturales en el noreste de Inglaterra, albergando actualmente 650 empresas y alrededor de 3.000 artistas y creativos/as, cifras que han aumentado un 50% desde 2011. Por ello, se busca fomentar su economía asegurando el suficiente suministro y variedad de espacios de trabajo.

4. Atracciones para los/as visitantes y economía nocturna. Se calcula que en la actualidad se realizan medio millón de visitas al Ouseburn anualmente, una cifra que ha aumentado un 20% desde 2011. La idea es seguir aumentando este número mediante el impulso de colaboraciones entre los lugares existentes para, de esta forma, impulsar la oferta de actividades disponibles en el área.

Mediante este proceso de regeneración descrito anteriormente, se pretende hacer del Ouseburn Valley un espacio sostenible en el que industrias creativas y culturales desarrollen su potencial

a través de proyectos innovadores y replicables, dotados de (...) medidas orientadas al desarrollo económico, la integración social y la mejora medioambiental al tiempo que a la creación de empleo gracias a la cooperación de todos los interlocutores por medio de una «participación» promovida y guiada desde las propias instituciones (Castrillo et al., 2014, p. 134).

Además, para que el distrito se pueda considerar sostenible aparecen una serie de requisitos como que sea un espacio céntrico (Wansborough y Mageean, 2000), de usos mixtos (Lorente, 1997); (Montgomery, 2003) y diversos (Jacobs, 2011).

Considerando los objetivos de esta investigación, cabe destacar la importancia de la diversidad del Ouseburn Valley como vía para fomentar la integración social en el área de diferentes colectivos, entre ellos las personas con discapacidad.

La multiplicidad de usos en un área viene generalmente asociada a su diversidad (Zukin, 2011), lo cual ha sido ampliamente promovido por el Ouseburn Trust, al apoyar continuamente la existencia de, por ejemplo, diferentes tipos de viviendas en el área que atraen diversos tipos de habitantes a las mismas (Ouseburn Trust, 2021).

Ejemplo temprano de ese apoyo e interés por el fomento de la diversidad dentro del distrito es el proyecto The Contrasting Histories Project, realizado a principios de los años 2000 por el Ouseburn Trust para «brindar oportunidades a los/as refugiados/as y solicitantes de asilo que viven en Newcastle para compartir su herencia cultural» (Ouseburn Heritage, 2004, p. 8) y, de este modo, hacer del espacio del Ouseburn Valley una herramienta para la integración de aquellas personas más aisladas en la sociedad. En este proyecto se proponían una serie de actividades cuyo público objetivo no solo eran los/as locales y los/as usuarios/as y residentes en el Valle, sino también los/as inmigrantes y refugiados/as asentados/as en la ciudad para que juntos/as desarrollaran una serie de actividades culturales. Estas les ayudaban a entender el paisaje histórico y patrimonial del Ouseburn Valley y les permitían entender que parte de las actividades que en él se realizaban, como las ligadas a la cerámica, no solo tienen que ver con la cultura autóctona, sino que pueden parecerse en diferentes aspectos a las vinculadas con la cultura de aquellas personas recién llegadas a la ciudad. Se facilitaba así que los/as participantes pudieran establecer contrastes y similitudes entre las dos culturas, favoreciéndose la creación de vínculos y la integración y cohesión social en la ciudad mediante el espacio del Ouseburn Valley.

Continuando con la idea de impulsar la diversidad en el distrito, cabe destacar el marcado interés del Ouseburn Trust por fomentar la atracción de diferentes públicos:

Mientras durante las primeras horas del día el tranquilo Valle del Ouseburn es el lugar favorito para las familias gracias a espacios como Stepney Bank Stables o el Centro de Lectura Nacional Seven Stories, a medida que llega la noche, el Valle se convierte en una meca para la música y los amantes de la cerveza gracias a lugares como The Cluny y The Tyne Bar (Newcastle Gateshead, 2018, p. 11).

Aparecen, por lo tanto, espacios de producción y consumo de actividades creativas y culturales, entre otras, que captan un público heterogéneo (Tabla 2). Y es que, según la visión del Ouseburn Trust, solo así, a través de la atracción de públicos diversos al área, es posible hacer del espacio una verdadera aldea urbana donde vivir, trabajar y disfrutar (C. Barnard, comunicación personal, 15 de febrero de 2018).

Tabla 2. Públicos objetivo de algunos actores culturales e industrias creativas del Ouseburn Valley

Categoría	Nombre de la organización	Público objetivo
Espacio de ocio (espacios deportivos, pubs y restaurantes)	Arch 2	Público joven y de edad media
	Cumberland Arms Pub	Turistas, público joven
	Ernest	Público joven, estudiantes
	Hotel de Vin	Amantes de la comida, ejecutivos
	The Cluny	Público joven, estudiantes
	Free Trade	Público joven
	Ship Inn	Público joven
	Tyne Bar	Público joven, amantes de la música
	Stepney Stables	Público joven, turistas, deportistas
	Cycle Hub	Público joven, deportistas
	Blackfriars@The Ouseburn	Público joven, inmigrantes, deportistas.
Industrias creativas	Northern Print	PYMES, amantes del arte, turistas
	Chilli Studios	Músicos, enfermos mentales
	Toffee Factory	Espacio creativo, emprendedores
Industrias y espacios culturales	Biscuit Factory	Amantes del arte, turistas
	Seven Stories Library	Niño/a, niños/as con dificultades de aprendizaje, turistas
	Holy Biscuit	Amantes del arte, artistas, escuelas, público general
	The Ouseburn Farm	Niños/as, discapacitados/as, ancianos/as, turistas
	Victoria Tunnel	Público general, turistas

Fuente: Elaboración propia

Cabe destacar cómo algunos de los actores mencionados en la Tabla 2 ofrecen actividades de diversa naturaleza que facilitan la integración de colectivos vulnerables. Así, por ejemplo, Seven Stories Library, el Centro Nacional de Lectura Infantil, es un espacio enfocado en comunicar literatura a los/as más pequeños/as (V. Sanderson, comunicación personal, 11 de octubre de 2017) y que además desarrolla un programa de inclusión para niños/as con necesidades especiales (J. Coburn, comunicación personal, 17 de octubre de 2018). Por otro lado, Blackfriars

@ The Ouseburn es un Centro Comunitario con un cine y que además oferta actividades deportivas especialmente dirigidas a inmigrantes y colectivos desfavorecidos, a la vez que intenta atraer a ellas a locales, intentando facilitar así la integración de los colectivos vulnerables en la sociedad (L. White, comunicación personal, 20 de septiembre de 2017).

Sin embargo, dentro de todos estos espacios, tienen especial interés para esta investigación las industrias culturales y las creativas y. Dentro de estas existen casos específicos que fomentan la integración de colectivos vulnerables, como es el caso de la Ouseburn Farm (actor cultural) y Chilli Studios (industria creativa), donde se pueden observar estrategias específicas de integración en el entorno de personas con discapacidad (R. Glover, comunicación personal, 20 de septiembre de 2017 y R. Brown, comunicación personal, 20 de septiembre de 2018).

4.2. OUSEBURN FARM

La Ouseburn Farm es una granja urbana y comunitaria situada en el corazón del Ouseburn Valley y que consta de un recinto principal, en el que se ubica el edificio central, y de una serie de campos y prados colindantes que proporcionan el espacio necesario para los animales de la granja (ovejas, conejos, cabras, cerdos y pollos, por lo general) (Newcastle Gateshead, 2021) (Figura 1). Iniciada en 1976 por la población local, la Ouseburn Farm es una organización benéfica, educativa y de ocio independiente y apoyada desde el principio por el Ayuntamiento de Newcastle (A. Rothwell, comunicación personal, 24 de agosto de 2017). Atrae alrededor de 30.000 visitantes cada año (Ouseburn Farm, 2021) y se reconoce como un importante catalizador cultural por el 75.29% de los usuarios/as encuestados/as.

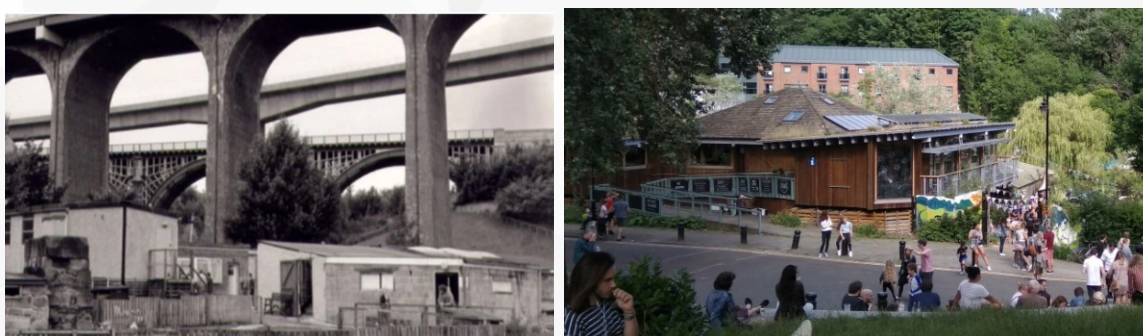
Figura 1. Mapa esquemático del edificio principal y los campos y prados colindantes que forman parte de la Ouseburn Farm



Fuente: Ouseburn Farm, 2021

La granja surgió como resultado del activismo comunitario que se venía desarrollando desde finales de los años 80 y, que a partir de los 90, se vio reflejado en la creación del Ouseburn Trust (D. Ellis, comunicación personal, 20 de septiembre de 2017) (Figura 2). Inicialmente la granja se llamaba Byker City Farm y, posteriormente, con el fin de mostrar su apoyo al Ouseburn Trust y sus iniciativas de regeneración y reconstrucción a través de industrias creativas y culturales, cambió su nombre a Ouseburn Farm (Yarker, 2017), con la intención de «forjar nuevos significados en el paisaje urbano que estaba siendo regenerado» (Yarker, 2017, p. 3428) y eliminar aquellos adjetivos negativos asociados al área de Byker, una zona residencial de viviendas de protección oficial para la clase trabajadora (Roberson, 2019).

Figura 2. Imágenes de la granja a principios de los años 90 (izquierda) y en la actualidad (derecha)



Fuente: Ouseburn Farm, 2021 y Autora, 2019, respectivamente

La granja contribuye con parte de los agentes creativos y culturales existentes en el área como proveedor de comida y tratando sus residuos (C. Male, comunicación personal, 17 de octubre de 2018), y con las asociaciones educativas de la ciudad, especialmente con las escuelas. Organiza, además, actividades educativas en colegios e institutos para que los/as pequeños/as y jóvenes se familiaricen con la flora y la fauna del Ouseburn Valley y con su conservación y sostenibilidad (D. Ellis, comunicación personal, 2 de octubre de 2018). Estas actividades, tal y como se verá a continuación con mayor detenimiento, tienen a su cargo personas con discapacidad, y son por tanto clave para promover la normalización de los colectivos con discapacidad en la sociedad.

Y es que la granja desarrolla una importante labor comunitaria trabajando por la integración en la sociedad de personas con autismo, en riesgo de exclusión social o con problemas de conducta, con dificultades de aprendizaje, con problemas de salud mental y/o con discapacidades físicas o con adicciones a las drogas y/o el alcohol. Así, se define como «un lugar integrador gracias a sus ofertas laborales enfocadas a personas vulnerables y un espacio que enseña a los más jóvenes a cuidar el entorno» (Ouseburn Farm, 2021). La visión de la Ouseburn Farm es ser un lugar en el que crezcan plantas, frutas y verduras, animales y, sobre todo, personas a través del cultivo de la alegría, el aprendizaje, la autoconfianza y el sentido de pertenencia. Es un espacio benéfico subvencionado con donaciones en el que el enriquecimiento personal y el alimento de las necesidades de los más desfavorecidos es la clave: «Un lugar feliz. Un lugar saludable. Un lugar humano» (Ouseburn Farm, 2021) (Figura 3). Consecuentemente, la Ouseburn Farm se ha posicionado como un espacio de ayuda para las personas con más dificultades en la sociedad y se ha convertido en una atracción para visitantes intergeneracionales y en un

espacio verde en el corazón de la ciudad, con una entrada totalmente gratuita (Ouseburn Farm, 2021).

Figura 3. Visión de la Ouseburn Farm



Fuente: Autora, 2020

La granja cuenta también con una cafetería-restaurante, donde se sirven platos y dulces cocinados con productos de temporada cultivados en la granja. En ella además se desarrolla un programa de inserción de discapacitados físicos y/o mentales, dándoles la oportunidad de tener un primer empleo, que pueden incluir en sus currícula. Estos son supervisados por voluntarios, que cuidan, forman y supervisan a los discapacitados mientras estos dirigen y gestionan la cafetería-restaurante y la granja-escuela en la que se obtienen todas las materias primas utilizadas en cocina (D. Ellis, comunicación personal, 20 de septiembre de 2017) (Figura 4).

Figura 4. Imágenes de los voluntarios, trabajadores y visitantes de la Ouseburn Farm, un espacio intergeneracional donde niños, jóvenes, padres y abuelos acuden



Fuente: Ouseburn Farm, 2017 y Autora, 2019, respectivamente

El espacio se constituye como un claro ejemplo de micro-entorno sostenible a nivel social en el que todos los actores implicados ganan, creándose una relación simbiótica «win-to-win». Las personas que deciden hacer un voluntariado en ella pueden sentirse auto-realizadas ayudando a otros y, los discapacitados son insertados en la sociedad (D. Ellis, comunicación personal, 2 de octubre de 2018), normalizándose su papel en la misma en las edades más tempranas: estos discapacitados trabajan directamente con los niños en la granja, explicándoles conceptos y jugando con ellos (Figura 5). Así, este espacio no solo ofrece actividades a los/as niños/as, personas discapacitadas y voluntarias, sino que también permite normalizar el hecho de que

las personas con discapacidad pueden desarrollar un trabajo tan bien como cualquier otra persona.

Figura 5. Voluntarios en la Ouseburn Farm, desarrollando actividades formativas junto con personas en riesgo de exclusión social



Fuente: Ouseburn Farm, 2017, Autora, 2020 y Ouseburn Farm, 2017 respectivamente

4.3. CHILLI STUDIOS

Chilli Studios abrió sus puertas en 2004 bajo el nombre de NAGAS («Newcastle and Gateshead Art Studio») y está ubicado en la iglesia de St. Dominics, con el objetivo de promover, sin ánimo de lucro, servicios basados en la creatividad para ayudar a todas aquellas personas con problemas mentales o de exclusión social dentro de sus comunidades. Para ello, ha desarrollado lo que ellos definen como el modelo «EPDA» («Engagement, Participation, Development y Achievement»), basado en la fidelización de sus públicos mediante la participación en actividades que fomentan el desarrollo y la consecución de objetivos (Figuras 6 y 7) (Chilli Studios, 2016b).

Figura 6. Modelo gráfico del EPDA que aplica Chilli Studios. Está basado en la fidelización de públicos gracias a la participación en proyectos que ayudan a fomentar su desarrollo y el logro de diferentes retos y objetivos



Fuente: Chilli Studios, 2016b, p. 8

El objetivo prioritario de Chilli Studios es mejorar la salud mental de las personas mediante la creatividad, todo ello con la misión de «proporcionar un servicio sostenible que involucre a las personas en actividades creativas, que promueva la inclusión social y la interacción y que de-

sarrolle habilidades que fomenten la resiliencia, posibiliten el potencial y mejoren el bienestar» (Heads & Tales, 2021). Para ello ha desarrollado el modelo EPDA, el cual se fundamenta en cuatro bases (Chilli Studios, 2016b, p. 9) (Figura 7):

1. Fidelización / «engagement»: Se pretende desarrollar la inclusión social a partir de las relaciones entre iguales y la atracción de personas con discapacidad al colectivo de Chilli Studios, facilitando su crecimiento y, por ende, su importancia en la sociedad.
2. Participación de las personas con discapacidad en las actividades creativas desarrolladas por Chilli Studios mediante el desarrollo de habilidades para superar la presión vinculada al trabajo de estas personas en los estudios y en las industrias creativas.
3. Desarrollo personal de personas con discapacidad mediante la promoción de su bienestar físico y mental y el refuerzo positivo de sus logros (ascensos laborales vinculados a una mayor responsabilidad y/o retribución económica).
4. Logros creativos alcanzados y desarrollo en general de la persona y de la organización en su conjunto.

Figura 7. Representación gráfica de la aplicación del modelo EPDA a los Chilli Studios



Fuente: Chilli Studios, 2016b, p. 9

Partiendo de estos cuatro fundamentos, Chilli Studios desarrolla una serie de programas de apoyo, gestionados por voluntarios/as y profesionales en los que pretende desarrollar las habilidades y aptitudes de sus miembros para sacar su mayor potencial (Heads & Tales, 2021). Para ello, ofrece un «programa semilla» que pretende apoyar a cualquier persona a desarrollar

su idea, independientemente de si tiene o no un problema mental. Este programa consta de 4 fases centradas en el andamiaje (Figura 8) (Chilli Studios, 2016b):

1. Inserción en el programa. Cualquier persona con una enfermedad mental o en riesgo de padecerla, así como en situación de exclusión social, acude a Chilli Studios para solicitar apoyo emocional. En esta fase, esta persona, que pasará a llamarse «monitoreado/a», es apoyada por un/a mentor/a, que le guía a lo largo de todo el proceso.
2. Desarrollo y apoyo de una idea creativa. El/La mentor/a ayuda al monitoreado/a a hallar, expresar y comunicar una idea creativa, apoyándole siempre emocionalmente.
3. Desarrollo empresarial y de idea de negocio. Juntos/as, mentor/a y monitoreado/a, desarrollan un proyecto empresarial de naturaleza creativa para obtener beneficios de la idea planteada por el solicitante de ayuda. A partir de este momento, el/la mentor/a va retirando progresivamente su ayuda.
4. Lanzamiento y puesta en práctica de la idea. La idea de negocio es lanzada y la figura mentora se retira progresivamente, hasta que el/la monitoreado/a se da cuenta de que ya no la necesita para seguir desarrollando su idea porque, entre otras cosas, está consiguiendo un conjunto de ingresos que facilitan su desarrollo y sostenibilidad.

Figura 8. Esquema del programa semilla desarrollado por Chilli Studios



Fuente: Chilli Studios, 2016a

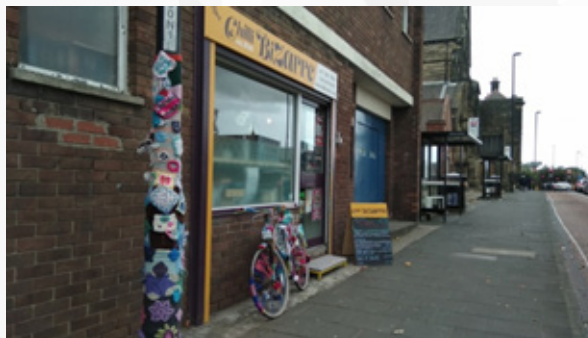
Actualmente, además de este «programa semilla» y con la intencionalidad de reforzar su semillero de ideas y la consecución del objetivo y la misión de Chilli Studios, los estudios ofrecen diferentes servicios durante cuatro días a la semana. Estos pretenden ayudar a la mejora de la calidad de vida de aquellos/as que sufren o están en riesgo de sufrir una enfermedad mental ofreciendo (Chilli Studios, 2020):

- Exposiciones mensuales de obras de arte creadas por miembros de Chilli Studios. Además, una veintena de ellos/as han creado un colectivo en el que, bajo el

nombre de *Chilli Collective*, exponen sus trabajos en una galería digital (Chilli Collective, 2021). Mediante estas plataformas se pretende normalizar y dar a conocer el tipo de arte que estos colectivos realizan y su gran calidad (B. Malpiedi, comunicación personal, 18 de septiembre de 2018).

- Una cafetería (Figura 9). En 2016 abrió sus puertas Chilli Bizarre como un espacio de participación comunitaria vinculada a los estudios y como una fuente de financiación de los mismos, pues los beneficios obtenidos son destinados a Chilli Studios y favorecen sus sostenibilidad. Su objetivo es «proporcionar a los miembros un entorno seguro e inclusivo para exhibir su trabajo, vender sus productos y disfrutar con sus colegas de alimentos recién cocinados» (Chilli Studios, 2020). A la vez, gracias a esta cafetería abierta al público, se pretende interactuar con la población local y favorecer que esta comparta un espacio físico con los/as artistas de los estudios para romper así los estigmas vinculados a las enfermedades mentales.

Figura 9. Imagen del exterior de Chilli Bizarre



Fuente: Autora, 2018

- Una tienda donde se pueden adquirir diferentes productos éticos producidos por los/as artistas de los estudios, como piezas de obras pictóricas, impresiones, dibujos, cerámicas, joyas, postales, CDs y DVDs, ropa y accesorios, libros, etc.
- Talleres y cursos. Los estudios ofrecen talleres que facilitan la creación de una comunidad en torno a los mismos y la interacción e integración de los/as nuevos/as artistas (B. Malpiedi, comunicación personal, 18 de septiembre de 2018). Así, ofrecen una serie de cursos regulares:
 - o *Chilli Knits*, un taller de punto que se celebra todos los viernes y que está enfocado a públicos principiantes y expertos.
 - o Las sesiones *Skill Share*, un espacio para que los miembros de los estudios compartan sus técnicas artísticas, musicales o de escritura con sus iguales.
 - o Talleres de impresión. Todos los martes por la tarde se organizan sesiones abiertas para que cualquiera que lo desee pueda hacer uso del área de impresión del estudio y experimentar y mejorar sus habilidades.
 - o Grupo de música. Dentro de los estudios se ha creado un grupo de música para que quien lo desee pueda tocar y desarrollar sus habilidades bajo la dirección del músico profesional local Ziad.

o Talleres de cerámica, que cubren los diferentes aspectos de la alfarería y en los que los participantes pueden desarrollar sus habilidades.

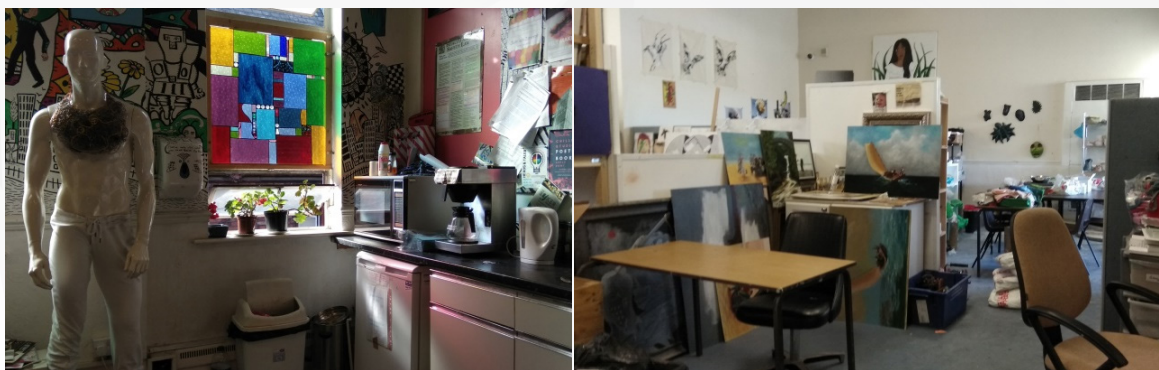
o Taller de pintura con acuarela, que bajo la supervisión de la voluntaria Janie, pretende ser un espacio de expresión artística.

Todas estas actividades y servicios brindados son el resultado de la escucha activa de las necesidades de la comunidad de personas con enfermedades mentales y de voluntarios/as y profesionales trabajadores/as en los estudios. Para ello, se desarrollaron entrevistas individuales y grupales en las que se pidió consejo sobre las posibles actividades y servicios a ofrecer, así como que se expresaran las necesidades y deseos de los/as participantes (B. Malpiedi, comunicación personal, 18 de septiembre de 2018).

Para acceder a estas actividades es necesario formar parte del grupo de artistas ubicados en los Chilli Studios y, para ello, es necesario abonar una cuota, establecida en función de la situación económica de cada interesado/a (Chilli Studios, 2020). Es relevante también señalar que, en el caso de estos estudios, los servicios sanitarios son clave para que las personas con problemas mentales acudan a ellos: el 49% de los/as participantes lo hacen gracias a la recomendación de sus médicos de atención primaria, el 28% por consejo de sus enfermeros/as comunitarios/as, el 10% mediante trabajadores/as sociales y, entre el 8% y el 5%, por la sugerencia de psicólogos/as y psiquiatras, (B. Malpiedi, comunicación personal, 18 de septiembre de 2018). Esto demuestra que los/as profesionales de la salud y del bienestar social comprenden la importancia de este proyecto:

Chilli Studios es un recurso increíblemente importante para las personas. (...) Su importancia es hoy mayor que nunca. (...) Proporciona una gama única de actividades y aporta un elemento base a menudo pasado por alto en la recuperación: el apoyo entre iguales (Sankalpa Basu, Psiquiatra Consultor en NTW NHS Foundation Trust, citado en Heads & Tales, 2021).

Además, los estudios (Figura 10) han sido catalogados por el 92% de sus usuarios/as como un «elemento clave en su bienestar» (Chilli Studios, 2017, p. 38), pues según los propios testimonios de los participantes, son un espacio «compuesto por seres humanos» «en el que te puedes sentir libre y todo el mundo está concienciado con los problemas de salud mentales», «puedes entrar y salir cuando quieras, nadie dice qué hacer ni cuando, pero todo está muy bien organizado» y es una oportunidad «de esas que te cambian la vida» y te ayudan a mantenerte alejado/a de «las malas ideas, las drogas y la bebida», ya que siempre «tienes a alguien con quien hablar» (testimonios reales de los participantes en los estudios, en Chilli Studios, 2017, pp. 16-18).

Figura 10. Imágenes del interior de Chilli Studios

Fuente: Autora, 2018

Además, cabe destacar que Chilli Studios desarrolla su actividad conjuntamente con el resto de actores del distrito. Así, colabora con otras instituciones y organizaciones de la ciudad mediante iniciativas como bARter, una colaboración entre Launchpad, North Tyneshide y Baltic, y del distrito, como la Holy Biscuit cuando, en 2018, colaboraron para visibilizar parte de las obras realizadas por miembros de los estudios en la exposición Art & Liberation (C. Barnard, comunicación personal 19 de agosto de 2018) (Figura 11).

Figura 11. Imágenes de la exposición Art & Liberation, celebrada en septiembre de 2018 por Chilli Studios en the Holy Biscuit

Fuente: Autora, 2018

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

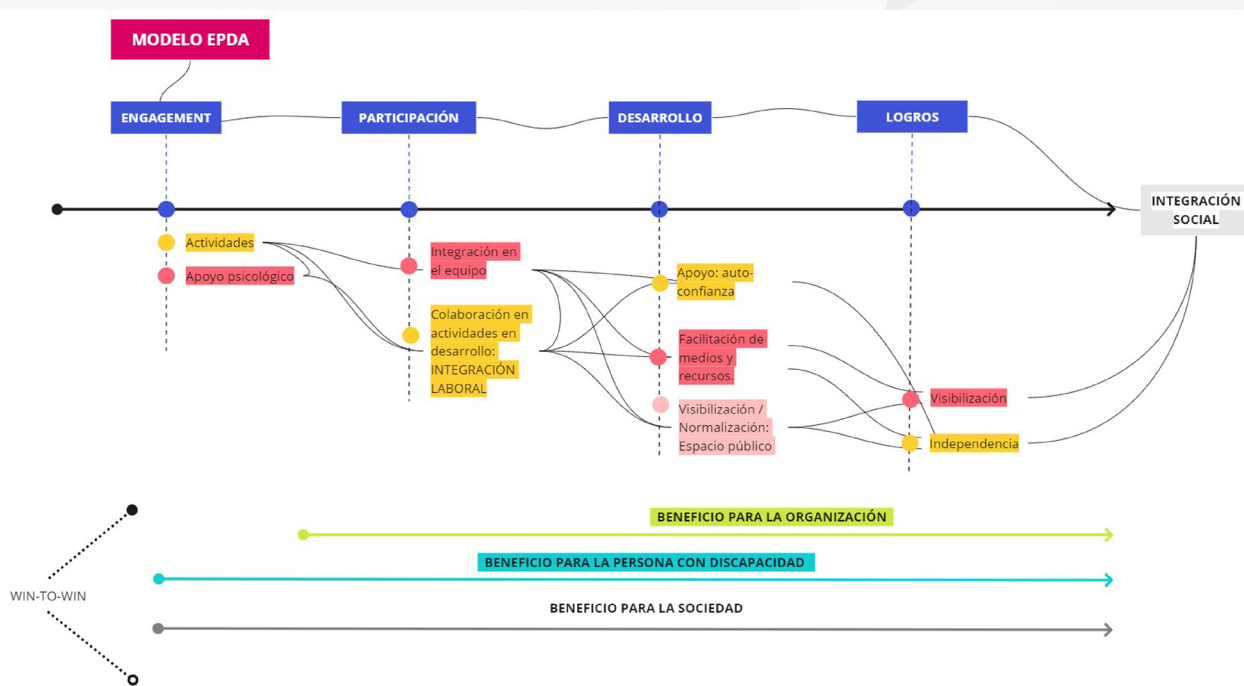
Considerando el caso de estudio analizado y las estrategias desarrolladas por la Ouseburn Farm y Chilli Studios, se han analizado una serie de estrategias que estas industrias creativas han desarrollado para fomentar la integración de personas con discapacidad, lo cual se vincula con el objetivo principal de esta investigación. Todas ellas pueden ser combinadas entre sí (Figura 12), integrándose y complementando al modelo EPDA, desarrollado por Chilli Studios (Chilli Studios, 2016b). Este modelo se conforma a través de bloques conceptuales (fidelización o «engagement», participación, desarrollo, logros). Estos han sido obtenidos tras el análisis de los datos recogidos por medio de la Teoría Fundamentada, la cual ha validado los las cuatro bases en las que Chilli Studios fundamenta el modelo EPDA inicial.

Así, se propone complementar el modelo inicialmente establecido por Chilli Studios y desarrollar uno más completo que, si bien mantiene su nombre inicial, integra otras estrategias utilizadas por espacios como la Ouseburn Farm. El nuevo modelo EPDA, cuyos fundamentos residen en el inicial, defiende la idea de que las industrias creativas y los actores culturales, así como cualquier otra organización, pueden fomentar la integración social de personas con discapacidad mediante la fidelización o «engagement», la participación, el desarrollo y la consecución de logros por los colectivos vulnerables en nuestra sociedad.

Para ello, en primer lugar es necesario que la organización haga un esfuerzo por atraer y fidelizar al colectivo vulnerable en cuestión mediante actividades de su interés. Igualmente, si fuese necesario, es conveniente que les presente formal o informalmente apoyo psicológico para facilitar la participación de dichos colectivos en estas actividades.

En segundo lugar, la organización ha de promover la participación y la integración en el equipo de aquellos colectivos vulnerables que ha atraído para que pasen a formar parte de la organización y, en un tercer estadio, comiencen a desarrollar actividades dentro de ella. Así, primero se comenzará por fomentar la colaboración y, posteriormente, se trabajará la integración de dichas personas como parte de la organización.

Figura 12. Modelo EPDA («Engagement, Participation, Development and Achievements») y sus estrategias clave para la integración social de personas con discapacidad en empresas u organizaciones vinculadas a las industrias creativas y el sector cultural



Fuente: elaboración propia a partir de Chilli Studios, 2016b

En este tercer escalón hacia la integración de las personas con discapacidad se pretende que la organización facilite los medios y los recursos que la persona necesite para desarrollar su actividad, como es por ejemplo un espacio de visibilización o un «espacio escaparate». Es clave que la organización permita a la persona vulnerable «ser vista» no solo por sus públicos

internos (empleados/as), sino también por sus públicos externos (empresas proveedoras, clientes/as, consumidores/as, etc.). De esta forma, la persona con discapacidad pasa a integrarse y normalizarse en la sociedad, sintiéndose acogida, integrada y valorada en la organización al ver que le permiten ser una parte visible de la misma, como lo es cualquier otro/a trabajador/a, empleado/a o voluntario/a (Rusinova *et al.*, 2018). Esto genera un incremento de su autoconfianza, empoderamiento y seguridad, lo cual es clave para poder pasar al cuarto paso del modelo EPDA.

En este paso es también importante considerar el trabajo con públicos infantiles, pues la concienciación de los más pequeños/as es la concienciación de la sociedad del futuro (Ison *et al.*, 2010). Normalizar la presencia activa en la sociedad de los colectivos vulnerables entre públicos de edades tempranas es fundamental para poder cambiar la imagen que la sociedad tiene de dichos colectivos. El problema no está en los colectivos en sí y en sus capacidades, sino en cómo la sociedad los percibe (Louvet, 2007); (Molero *et al.*, 2019).

En el cuarto estadio se seguirá fomentando la visibilización de la persona con discapacidad a la par que se facilitará su independencia para que siga desarrollando su actividad por sí misma, si así lo desea, y alcanzando sus logros en la sociedad independientemente. Esto no quiere decir que la persona sea «apartada» de la organización si no lo desea así, sino que se le facilitan las herramientas y aptitudes para que, en caso de que esta así lo quisiera, pudiera hacerlo.

Es así como las industrias creativas y culturales analizadas dentro del caso de estudio presentado fomentan la integración social de personas con discapacidad. No obstante, este modelo EPDA es un recorrido de interés para organizaciones de cualquier naturaleza, pues es un modelo basado en el «win-to-win». En él no sólo es la persona discapacitada la que obtiene un beneficio, sino que la propia organización se ve también beneficiada y, por extensión la toda la sociedad en su conjunto.

De forma muy simplificada, la persona con discapacidad obtiene al beneficio de la integración laboral y social, con todas las consecuencias positivas que ello tiene para su desarrollo personal (mayor autoconfianza, seguridad en sí mismo, estabilidad mental, etc...). La organización obtiene un beneficio de la actividad que la persona integrada desarrolla para ella, como lo obtiene de cualquier otro/a trabajador/a. De hecho, incluso el hecho de integrarla es positivo ya en sí para la organización, pues se ha demostrado que la productividad de las empresas mejora aumentando la diversidad en la plantilla mediante la contratación de personas con discapacidad (Narayanan y Terris, 2020). Se obtiene así una ventaja competitiva frente al resto de organizaciones que no fomentan la integración de personas con discapacidad (Kalargyrou, 2014).

Por todo ello, el modelo EPDA es una vía para fomentar, estimular e implementar estrategias que permitan la integración de personas con discapacidad en la sociedad mediante empresas u organizaciones como las industrias creativas y culturales, claves en el desarrollo económico, social y medioambiental a nivel mundial (Gross, 2020).

6. REFERENCIAS

- Alvira Martin, F. (2004). *La encuesta: una perspectiva general metodológica*. CSIC.
- Aumente, P. (2016). La metamorfosis del concepto de barrio artístico en dinámicas de distrito cultural. En M. A. Chaves Martín y J. P. Lorente (Eds.), *Barrios Artísticos y distritos culturales: nuevos espacios para la creatividad y la revitalización urbana* (pp. 163-228). Icono 14.
- Bailey C., Miles S. y Stark P. (2004). Culture-led urban regeneration and revitalisation of identities in Newcastle, Gateshead and the North East of England. *International Journal of Cultural Policy*, 10(1), 47-65. doi.org/10.1080/1028663042000212328
- Banks, M., y O'Connor, J. (2017). Inside the whale (and how to get out of there): Moving on from two decades of creative industries research. *European Journal of Cultural Studies*, 20(6), 637-654. doi.org/10.1177%2F1367549417733002
- Castrillo, M., Matesanz, Á., Sánchez, D., Y Sevilla, Á. (2014). ¿Regeneración urbana? Deconstrucción y reconstrucción de un concepto incuestionado. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, 126, 129-139. oa.upm.es/46247/
- Cavallini, S., Soldi, R., Utma, M. y Errico, B. (2018). *How to design cultural development strategies to boost local and regional competitiveness and comparative advantage: overview of good practices*. European Committee of the Regions. op.europa.eu/s/tyVO
- Chapain, C., y Comunian, R. (2010). Enabling and inhibiting the creative economy: The role of the local and regional dimensions in England. *Regional studies*, 44(6), 717-734. doi.org/10.1080/00343400903107728
- Charmaz, K. y Belgrave, L. L. (2014). Qualitative Interviewing and Grounded Theory Analysis. En J.F. Gubrium, J.A. Holstein, A.B. Marvasti y K.D. McKinney (Eds.), *The SAGE Handbook of Interview Research: The Complexity of the Craft* (pp. 347-366). SAGE Publications.
- Chilli Collective (2021). *Página web oficial*. jo22050.wixsite.com/chillicollective
- Chilli Studios (2016a). *Chilli Seed*. www.issuu.com/chillistudios/docs/the_seed_programme_explained
- Chilli Studios (2016b). *Chilli Studios Annual Report 15-16*. issuu.com/chillistudios/docs/cs_annual_report_1516
- Chilli Studios (2017). *Chilli Studios. 2017 Evaluation Report*. Chilli Studios Ed.
- Chilli Studios (2020). *Página web oficial*. www.chillistudios.co.uk
- Comunian, R. (2009). Questioning creative work as driver of economic development: the case of Newcastle-Gateshead. *Creative Industries Journal*, 2(1), 57-71. doi.org/10.1386/cij.2.1.57/1
- Comunian, R. (2011). Rethinking the Creative City: the Role of Complexity, Networks and Interactions in the Urban Creative Economy. *Urban Studies*, 48(6), 1157-1179. doi.org/10.1177%2F0042098010370626
- Dawley, S., Conway, C. y Charles, D. (2005). The dynamics of learning and knowledge within community-led urban regeneration: the Lower Ouseburn Valley as a 'community of practice'? [Presentación de comunicación]. *Gateway 3a Enabling Knowledge Strategies: CRITICAL Theme*,

Regional Growth Agendas, Regional Studies Association Annual Conference, Aalborg, Dinamarca. research.ncl.ac.uk/critical/stuartaalborg.doc

Dent, T. (2019). Devalued women, valued men: motherhood, class and neoliberal feminism in the creative media industries. *Media, Culture & Society*, Octubre, 1-17. [doi.org/10.1177%2F0163443719876537](https://doi.org/10.1177/2F0163443719876537)

Ferilli, G. y Sacco, P.L. (2012). *Nuevas direcciones en políticas culturales. Los distritos culturales sistémicos.* Doble J.

García Carrizo, J. (2020). Espacios culturales y artísticos: en búsqueda de una nomenclatura unificadora. En M. Chaves Martín (Ed.), *Visiones Urbanas* (pp. 647-654). Universidad Complutense de Madrid. es.calameo.com/read/00441965924c516ab15cf

Glaser, B. y Strauss, A. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: strategies for qualitative research.* Aldine.

Gross, J. (2020). *The Birth of the Creative Industries Revisited.* King's College London. www.kcl.ac.uk/cmci/assets/report.pdf

Heads & Tales (2021). *Mental Health Heritage Project 2018-2019.* www.headntales.uk

Holyoak, J. (2009). Birmingham: translating ambition into quality. En J. Punter (Ed.), *Urban Design and the British Urban Renaissance* (pp. 35-50). Routledge.

Ison, N., McIntyre, S., Smithers-Sheedy, H. y Goldsmith, S. (2010). 'Just like you': A disability awareness programme for children that enhanced knowledge, attitudes and acceptance. *Developmental Neurorehabilitation*, 13(5), 360-368. doi.org/10.3109/17518423.2010.496764

Jacobs, J. (2011). *Muerte y vida de las grandes ciudades.* Capitan Swing.

Jayne, M. (2006). *Cities and Consumption.* Routledge.

Kalargyrou, V. (2014). Gaining a Competitive Advantage with Disability Inclusion Initiatives. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 13, 120-145. doi.org/10.1080/15332845.2014.847300

Kong, L. (2005). The sociality of cultural industries. *International Journal of Cultural Policy*, 11(1), 61-76. doi.org/10.1080/10286630500067812

Kreuter, F., Presser, S. y Toureangeau, R. (2008). Social desirability bias in CATI, IVR and web surveys. *Public Opinion Quarterly*, 72(5), 847-865. doi.org/10.1093/POQ%2FNFN063

Lazzeretti, L. (2008). El distrito cultural. En V. Soler (Coord.), *Los distritos industriales* (327-351). Fundación Caja Mar. www.publicacionescajamar.es/publicacionescajamar/public/pdf/publicaciones-periodicas/mediterraneo-economico/13/mediterraneo-economico-13.pdf

Lorente, J.P. (1997). *Espacios de arte contemporáneo generadores de revitalización urbana. Centros de arte, museos, arte público, talleres, estudios y galerías. Focos "artísticos" de revitalización urbana, espacios para el sincretismo.* Universidad de Zaragoza.

Louvet, E. (2007). Social judgment toward job applicants with disabilities: Perception of personal qualities and competences. 6(3), 297-303. doi.org/10.1037/0090-5550.52.3.297

Miles, S. (2005). Our Tyne: iconic regeneration and the revitalisation of identity in Newcastle Gateshead. *Urban Studies*, 42, 913-926. doi.org/10.1080/00420980500107326

Mold, O. (2015). *Urban Subversion and the Creative City*. Routledge.

Molero, F., Recio, P., García-Ael, C., y Pérez-Garín, D. (2019). Consequences of perceived personal and group discrimination against people with physical disabilities. *Rehabilitation Psychology*, 64(2), 212-220. doi.org/10.1037/rep0000277

Montgomery, J. (2003). Cultural quarters as mechanisms for urban regeneration. Part 1: Conceptualising cultural quarters. *Planning, Practice & Research*, 18(4), 293-306. doi.org/10.1080/1561426042000215614

Moreton, S. (2018). Contributing to the creative economy imaginary: universities and the creative sector. *Cultural Trends*, 27(5), 327-338. doi.org/10.1080/09548963.2018.1534575

Narayanan, S. y Terris, E. (2020). Inclusive Manufacturing: The Impact of Disability Diversity on Productivity in a Work Integration Social Enterprise. *Manufacturing & Service Operations Management*, 22(6), 1112-1130. doi.org/10.1287/msom.2020.0940

Newcastle City Council (2003). *Regeneration Strategy for Lower Ouseburn Valley*. Newcastle City Council. <https://www.ouseburntrust.org.uk/Handlers/Download.ashx?IDMF=eb8714f5-a134-4bc5-9fce-b5c906b85b65>

Newcastle City Council (2010). *Planning for the future. Core Strategy and Urban Core Plan for Gateshead and Newcastle Upon Tyne. 2010-2030*. Gateshead Council and Newcastle City Council. www.gateshead.gov.uk/media/18501/CSUCP-Review-Report-March-2020/pdf/CSUCP_Review_Report_March_2020.pdf?m=637217741439570000

Newcastle City Council y Ouseburn Futures (2012). *Ouseburn Regeneration Plan 2012-2020*. Newcastle City Council. www.ouseburntrust.org.uk/Handlers/Download.ashx?IDMF=2ec554d0-a6b5-4811-b5a7-869b1e445c22

Newcastle Gateshead (2018). *Pocket Guide: A handy guide to things to see and do in and around Newcastle Gateshead*. trade.visitbritain.com/wp-content/uploads/2018/09/NewcastleGateshead-Guia-Turistica.pdf

Newcastle Gateshead (2021 Octubre). *Página web oficial*. www.newcastlegateshead.com/explore/ouseburn

Ouseburn Farm (2021). *Página web oficial*. www.ouseburnfarm.org.uk

Ouseburn Heritage (2004). *Ouseburn Heritage Community Education Project*. Ouseburn Resource Centre. www.ouseburntrust.org.uk/Handlers/Download.ashx?IDMF=2e54c5da-59e3-4c32-b13f-b70962b1f1e1

Ouseburn Trust (2020). *Ouseburn Strategy 2020-2030. Consultation Pull-Out*. Ouseburn Trust. www.ouseburntrust.org.uk/Handlers/Download.ashx?IDMF=9e53e582-0e7d-485d-b292-481082782eb3

Ouseburn Trust (2021). *Página web oficial*. www.ouseburntrust.org.uk

- Price, A. (2017). *Fine-Grained vs. Coarse-Grained Urbanism*. www.strongtowns.org/journal/2017/10/31/fine-grained-vs-coarse-grained-urbanism
- Punch, K. F. (1999). *Introduction to social research. Quantitative and qualitative approaches*. Sage.
- Riener, F. (2006). *Cultural Ouseburn. The Ouseburn Valley Regeneration Area in Newcastle Upon Tyne*. Ouseburn Developments.
- Roberson, N. (2019). *Gentrification within the Ouseburn Valley, Newcastle Upon Tyne (Draft)*. Northumbria University. www.ouseburntrust.org.uk/Handlers/Download.ashx?IDMF=0208be15-c2ee-4f92-ae5c-f3adc75e870c
- Russinova, Z., Gidugu, V., Bloch, P., Restrepo-Toro, M., y Rogers, E. S. (2018). Empowering individuals with psychiatric disabilities to work: Results of a randomized trial. *Psychiatric Rehabilitation Journal*, 41(3), 196–207. doi.org/10.1037/prj0000303
- Sánchez de Madariaga, I. y Ezquiaga, J.M. (2019). *El futuro de las ciudades. Fundación Juan March: la cuestión palpitante*. www.march.es/videos/?p0=11646
- Saunders, M., Lewis, P. y Thornhill, A. (2012). *Research methods for business students*. Pearson.
- Strauss, A. y Corbin, J. (1998). *Basics of Qualitative Research*. Sage.
- Suddaby, R. (2006). From the editors: What grounded theory is not. *Academy of Management Journal*, 49(4), 633-642. doi.org/10.5465/amj.2006.22083020
- Tena, A. (2018). *Dos tercios de la población mundial vivirá en ciudades en 2050*. ctxt.es/es/20180228/Firmas/18167/Ciudades-poblacion-mundial-concentracion-areas.htm
- Walmsley, B. A. (2013). Whose value is it anyway? A neo-institutionalist approach to articulating and evaluating artistic value. *Journal of Arts and Communities*, 4(3), 199-215. doi.org/10.1386/jaac.4.3.199_1
- Wansborough, M. y Mageean, A. (2000). The role of urban design in cultural regeneration, *Journal of Urban Design*, 5(2), 181-197. doi.org/10.1080/713683962
- Webb, E., Campbell, D.T., Schwartz, R. D., Sechrest, L. y Grove, J. B. (1966). *Nonreactive measures in the social sciences*. Houghton Mifflin.
- Whiting, J. (2013). *Lifestyle aspects of a core creative class when home and away: a study with reference to the Ouseburn Valley, Newcastle Upon Tyne*. University of Sunderland.
- Yarker, S. (2017). Social housing as built heritage: the presence and absence of affective heritage. En D.P. Tolia Kelly, E. Waterson y S. Watson, (Eds.), *Heritage, Affect and Emotion: Politics, practices and infrastructures* (pp. 237-253). Routledge.
- Yin, R.K. (2003). *Case study research. Design and methods*. Sage.
- Zarlenga, M. I., Rius, J. y Morató, A. R. (2016). Cultural clusters and social interaction dynamics: The case of Barcelona. *European Urban and Regional Studies*, 23(3), 422-440. doi.org/10.1177/0969776413514592
- Zukin, S. (2011). *Naked city*. Oxford University Press.